

Bereitschaft zur Sensibilisierung

Projektwoche der OS Leukerbad und Ateliertag der OS Leuk von Enjoy Switzerland mit positivem Echo

Leukerbad. – Tourismussensibilisierung an Schulen gilt im Wallis seit Jahren als ein Dauerbrenner. Nicht immer und überall wird dem Wunschen der Touristiker Rechnung getragen. Im Rahmen des Projekts Enjoy Switzerland Leukerbad schritt man während dieser Woche zu Taten. Eine Projektwoche für die OS Leukerbad und ein Ateliertag für die OS Leuk sollten der Jugend das Herz für den Tourismus öffnen. Fazit Ende Woche: durchwegs positives Echo dank allseitiger Bereitschaft zur gewünschten Sensibilisierung.

Seit gut einem Jahr läuft das Projekt Enjoy Switzerland Leukerbad, eine Halbzeitbilanz zog der «Walliser Bote» am 24. Dezember 2007 in der zweiten Staffel. Es wurde vor mehr als vier Jahren von Schweiz Tourismus lanciert und hat sich eine nachhaltige Steigerung der Gastfreundschaft und Angebotsqualität zum Ziel gesetzt. Wichtigste Voraussetzung dazu stellt dabei die Zusammenarbeit der verschiedenen Player dar. Im Mittelpunkt der Betrachtungen steht der Gast. Projektleiter Andreas Zenhäusern deckte nach einer Situationsanalyse den Handlungsbedarf in Leukerbad auf und lancierte Gesprächskultur und Zusammenarbeit. Bald einmal hatte sich herauskristallisiert, dass es sich bei Enjoy Switzerland Leukerbad auch um ein Tourismusprojekt für die ganze Region handelt. Inzwischen gilt das Projekt beim Grossteil der Bevölkerung und der Leistungsträger als breit abgestützt und verankert. Erste Erfolge wie eine Ausstellung im alten St. Lorenzbad und die Schaufensteraktion sind inzwischen messbar geworden. Auf dem Tisch liegen Projekte wie Wasserspielplatz in Leukerbad und Erlebniskonzept für die ganze Region. Aus dem Projekt geht klar hervor, dass Leukerbad und die Region die Zukunft gemeinsam gestalten werden.



Die Schülerinnen und Schüler der OS Leukerbad durften sich in den Tourismusberufen der Hotellerie versuchen. Ob aus ihnen allen Köche werden, ist nicht sicher, doch dürften sie zumindest wichtige Erkenntnisse gewonnen haben.

Fotos zvz



Von der Schulbank ins Restaurant zum Aufdecken und Servieren.

Tourismussensibilisierung an den Schulen

Eine der wichtigsten Aufgaben von Enjoy Switzerland Leukerbad ist es, die Bevölkerung sowie die Mitarbeiter der touristischen Leistungsträger auf den

Wirtschaftszweig zu sensibilisieren. Damit beschäftigte sich denn auch eine Arbeitsgruppe. Sie arbeitete ein entsprechendes Konzept für Schulen aus. Dies mit dem Gedanken, dass im Schulalltag Tourismus thematisiert wird und junge Menschen

die Vielzahl von Berufsmöglichkeiten kennenlernen. Auf diesem Weg sollen Kinder und Jugendliche auf den Stellenwert dieses Wirtschaftszweiges in der Region Leukerbad und Leuk aufmerksam gemacht werden. So wurde diese Woche mit den 30 Schülerinnen und Schülern der OS Leukerbad eine Projektwoche durchgeführt. Parallel dazu waren die zweiten Klassen der OS Leuk am Dienstag im Rahmen eines Ateliertages zu Besuch im Bäderdorf. Der Montag stand im Zeichen des Hotellertages. Während die OS Leukerbad am Dienstag weiter Berufsbilder im Tourismus, wie etwa bei den Bahnen, in der Schneeschule und den Bädern, kennenlernten, stand am Dienstag der Ateliertag der Leuker OS im Zeichen der Hotellerie.

«Eine fantastische Möglichkeit»

Alex Supersaxo, Nachwuchsmarketing hotellerisches war Mitorganisator und Referent an den beiden Hotellertagen. Er

zog anschliessend eine Bilanz voll des Lobes: «Diese Aktion war eine fantastische Möglichkeit, Jugendlichen die spannenden und abwechslungsreichen Berufe der Hotellerie näherzubringen. Durch diese reale Berufserfahrung konnten sie die täglichen Arbeiten hautnah und echt miterleben und die Berufe mit mehreren Sinnen wahrnehmen. Nun können sie besser entscheiden, ob sie in diesen Berufen eine Zukunft sehen oder nicht.» Im Mittelpunkt der Aktion stand nämlich das praktische Arbeiten in den Hotels und Restaurants von Leukerbad. Die Jugendlichen erhielten entsprechende Arbeitskleidung und durften in diversen Bereichen wie Küche, Restauration, Hauswirtschaft und Réception den ganzen Tag arbeiten. Alex Supersaxo windet auch den Leistungsträgern einen Kranz: «Sie haben sich für das Gelingen eingesetzt. Dank grossem Engagement und persönlicher Begeisterung für die Tourismusberufe wurde die Kampagne zu einem Erfolg. Das Projekt Enjoy Switzerland hat mit Einsatz und Weitblick das Verständnis für den Tourismus in all seinen Facetten gefördert.»

«Eine professionelle Durchführung»

Bei den Lindner Hotels & Alpenherne wurde der OS Leukerbad auch Gelegenheit geboten, Einblick in die Dienstleistungsbereiche Wellness/Therapie, Kosmetik und Thermalbäder zu erhalten. Dirk Koehler, stellvertretender Direktor, war von der professionellen Durchführung der Hotellertage begeistert: In der Praxis stellten sich die Jugendlichen bereits nach kurzer Unterweisung durch einen eigens angestellten Paten in den einzelnen Abteilungen und ein wenig Übungszeit recht gut an. Jeder war voller Tatendrang, ergebnisorientiert und wissbegierig. Wichtige Erkenntnisse konnten aber nicht nur die Schnuppernden erlangen. So präsentiert sich die heranwachsende Generation ausgesprochen kommu-

nikationsstark. Dafür kommen aber andere Tugenden, die in der Dienstleistungsbranche einen wichtigen Bestandteil darstellen, weniger zum Ausdruck. Dolf Grichting, Schuldirektor von Leukerbad, findet die Projektwoche eine Superidee: «Durchführung und Planung waren perfekt, Lehrer- und Schülerschaft voll begeistert. Das Ziel der Sensibilisierung konnte voll erreicht werden. Auch wenn sie keinen Ersatz für eine Schnupperlehre darstellen, so wurde doch für jeden ersichtlich, ob ihn Berufe in der Tourismusbranche ansprechen oder eher nicht.»

«Dank dem Einsatz der Leistungsträger»

Nachdem der Mittwoch zur Evolution der beiden Vorträge benutzt wurde, stand am Donnerstag die Bergrettung auf dem Programm. «Ein Thema, das den Gast nicht direkt miteinbezogen, aber dazu anregte, über Sicherheit und Rettungswesen nachzudenken», kommentierte Dolf Grichting, der sich von der ganzen Woche positiv überrascht zeigte. Schliesslich stand gestern ein Skitag auf dem Programm der Projektwoche. Klar, dass auch Projektleiter Andreas Zenhäusern auf die Sensibilisierungskampagne zurückblickt. «Ich darf der Woche viel Positives abgewinnen. Das gilt zum einen für die Schulen, welche einen Einblick in die facettenreiche Branche erhielten, und zum anderen für die Leistungsträger, welche dank ihrer Bereitschaft und ihrem Einsatz einen seriösen Eindruck der Betriebe und der Tourismusberufe vermitteln konnten.» Die Idee sei es nun, auch die Primarschulstufen zu sensibilisieren, dies jedoch aufgrund des Alters in bescheidenerem Rahmen. Das Beispiel der Tourismussensibilisierung von Enjoy Switzerland Leukerbad dürfte buchstäblich Schule machen und zwar auch im direkten Sinn. Dazu wurde nämlich ein Film zur Illustration an anderen Schweizer Schulen gedreht.

mav

La Poste: Schöne mollige Dolly

Für Sie (heraus-)gehört

Die Lonza sponserte einem den La-Poste-Saal zum Bersten füllenden Publikum kürzlich das bekannte Jerry-Herman-Musical «Hello Dolly». Ja, um es kurz zu sagen: Das Theater im Rathaus Essen, das diesen Star unter den Musicals vermittelte – «Hello Dolly» hatte es am Broadway immerhin auf 2844 Aufführungen gebracht – hat den Freunden der leichten, auch witzigen Muse einen schönen und gefreut unterhaltenden Abend geschenkt. Der Text, der sich auf Thornton Wilders Stück «Die Heiratsvermittlerin» bezieht, war in gutem Bühnendeutsch und gesungen jeweils unterhaltend, verwoben, quirlig und verspielt.

Kontraste

Die Inszenierung von Katja Wolf erreicht ein bewegtes, flüssiges Spiel. Sie stellt uns die schlaue Heiratsvermittlerin Dolly (Barbara Ferun) als mollig-schöne, sympathisch wirkende Persönlichkeit vor, die schon zu Beginn mitteilt, dass sie mit ihrem VW davonfahren wird, um den reichen Heu- und Futtermittelhändler Horace Vandergelder (Ilja Richter) zu heiraten. Dolly hielt nicht nur alle Fäden in der Hand, sondern

brachte mit augenfällig fülligen Formen auch etwas Weiblich-

keit auf die Bühne. Dies tat dann etwa auch Hutmacherin

Irene Molloy, bedeutend weniger Ernestina Money und Van-



La-Poste-Bühne: Dolly sah auch auf der Kühlerhaube gut aus...

Foto wb

dergelder's Nichte Ermengarde, beide durch ihr groteskes Weinen oder markdurchringendes Lachen bewusst Kontraste setzend. Auch die «Angestellten» Hackl und Tucker, gleichsam zwei arme Schlucker, die durch magisch beleuchteten «Portemonnaie-Tausch» mit ihrem Patron im vornehmen Harmonia Garden doch noch zu Champagner kamen, vollbrachten Spassiges, genossen «Tanzunterricht» und zogen verschiedene Register, die seit jeher zum Posseninstrumentarium gehören. Und der auf Heirat erpichte Vandergelder stand mit seinem Schokolade-Erdnüsse-Geschenk auch etwas dumm in den Schuhen, bis Dolly selbst für ihn «die Entscheidung» traf...

Musik und Choreografie

Die Musik, eine typisch amerikanische Mischung verschiedener Stilrichtungen, verbreitete in guter, etwas lauter Besetzung jenen Sound, der «dazu gehört». Lieder mit mehr oder minder süssen bis weisen Texten fanden oft reichlichen Applaus: etwa «Man braucht ein Frauchen, ein Kätzchen, Schätzchen, ein liebes, süsses Frauchen...», natürlich «Hello

Dolly», «Es kann oft ein Moment sein» usw... manches eindrücklicher, wenn es von Dolly auf der Motorhaube gesungen wurde. Überhaupt dieses Auto!... Betrachtet man das Ganze aus Musik, gesprochenem Wort, Witz, Überraschungen und eigentlichen Gags, leichtem erotischem Touch und Groteske, so wurde klar, dass die choreografische Durchgestaltung (Andrew Hunt) in dieser Aufführung einen besonders guten Platz hatte. In der Tat wirkten etwa der Tanz der dunklen, «behuteten» Puppen, Tänze mit Requisiten wie Jutesäcken, Service-Tüchern usw. immer wieder lockern. Und die symmetrisch aufgebauten Schlussbilder solch bewegter Tanznummern riefen nach Beifall – mit dem das Publikum nicht geizte. Man darf allerdings nicht vergessen, dass es im Saal Kenner der Musical-Szene hatte, die «Hello Dolly» in noch weit besserer Darstellung genossen haben. Sicher liesse sich manches, das die Visper Aufführung recht forsch, wohl auch etwa mit deutschem Temperament zeigte, ausgefeilter und mit mehr Poesie gestalten. Nun, seien wir zufrieden, dass «Dolly» auch bei uns war!

ag.